

**SVEUČILIŠTE U SPLITU
EKONOMSKI FAKULTET**

ZAVRŠNI RAD

**ANALIZA KORIŠTENJA INFORMACIJSKIH
SUSTAVA U HOTELU „ART“**

Mentor:

Prof.dr.sc. Mario Jadrić

Studentica:

Silvija-Mila Grabovac, 4155882

Split, rujan, 2017.

SADRŽAJ:

1. UVOD.....	3
1.1. Definicija problema.....	3
1.2. Cilj rada.....	3
1.3. Metode rada.....	3
1.4. Struktura rada.....	4
2. ZNAČAJ INFORMACIJSKO KOMUNIKACIJSKE TEHNOLOGIJE U TURIZMU.....	5
2.1 Digitalna revolucija.....	6
2.2 Utjecaj ICT-a na turističko poslovanje.....	12
3. INFORMACIJSKI SUSTAVI U HOTELJERSTVU I UGOSTITELJSTVU.....	17
4. ANALIZA KORIŠTENJA INFORMACIJSKIH SUSTAVA U HOTELU „ART“.....	20
5. ZAKLJUČAK.....	33
6. SAŽETAK.....	34
7. SUMMARY.....	35
8. LITERATURA.....	36

1. UVOD

1.1. Definiranje problema istraživanja

Turizam je fenomen koji utječe i na kojeg utječu širok spektar stvari. S obzirom na sve veći utjecaj kojeg tehnologija ima u privatnim i poslovnim životima ljudi, važno je istražiti na koje sve načine one utječu na turizam. Kako bi privukli potencijalne turiste potrebne su dobro oblikovane komunikacijske strategije, a budući da živimo u digitaliziranom svijetu, potrebno je da se turistička industrija osloni na informacijsku i komunikacijsku tehnologiju, posebno internet kao alat međunarodne komunikacije. Stoga, predmet istraživanja ovog rada odnosi se na definiranje uloge informacijskih sustava hotela Art. Suvremeni turistički djelatnici sve više prepoznaju potencijal i prednosti informacijskih sustava. Na taj način mogu pristupiti u realnom vremenu širokoj masi ljudi za različite ciljeve. Bilo da su ciljevi komunikacija, informiranje, prezentacija i promotivne aktivnosti turistički djelatnici mogu ih ostvariti koristeći multimedijalne alate te odmah dobiti povratnu informaciju.

1.2. Ciljevi rada

Glavni cilj rada je utvrditi prednosti i eventualne nedostatke u trenutno korištenim informacijskim sustavima hotela Art. Također, jedan od ciljeva je ukazati na mogućnosti unaprjeđenja informacijskog sustava.

1.3. Metode rada

Vrsta metode koja će se koristiti ovisi o empirijskom ili teorijskom dijelu rada i istraživanja. U teorijskom dijelu rada do informacija će se doći sekundarnim istraživanjem tzv. *desk research* - proučavanjem raznih izvora: domaće i strane literature, statističke analize, informacije na internetu i slično. Nakon proučavanja koristit će se različite metode analize, komparacije, deskripcije i sinteze i tako dolazimo do sekundarnih podataka. U empirijskom dijelu rada prikupiti će se podaci iz hotela Art te prikazati u formi studije slučaja.

1.4. Struktura rada

Prvi dio rada odnosi se na uvod u kojem se definira problem rada, cilj rada i metode koje će se koristiti te struktura rada. U drugom dijelu rada pisat će se o značaju informacijsko komunikacijske tehnologije u turizmu koja je podijeljena u dva poglavlja- digitalnu revoluciju i utjecaj ICT-a na turističko poslovanje. U trećem dijelu rada pisat će se o informacijskim sustavima u hotelijerstvu i ugostiteljstvu. Na kraju, u četvrtom dijelu razradit će se studija slučaja odnosno analiza korištenja informacijskih sustava na primjeru hotela“Art“. U posljednjim poglavljima nalazit će se zaključak te sažetak rada.

2. ZNAČAJ INFORMACIJSKO KOMUNIKACIJSKE TEHNOLOGIJE U TURIZMU

Budući da je turizam jedan od glavnih sektora / industrija u današnjem svijetu, mnoge se zemlje natječu za privlačenje turista putem svih komunikacijskih sredstava, a takva je komunikacija postala glavni pokretač turističkih sektora širom svijeta. Uloga komunikacije je informiranje potencijalnih turista i utjecati na njihove izbore u odnosu na turističke destinacije i vrstu turističkih proizvoda koje kupuju.

Kako bi privukli potencijalne turiste potrebne su dobro oblikovane komunikacijske strategije, a budući da živimo u digitaliziranom svijetu, potrebno je da se turistička industrija oslanja na ICT (informacijsku i komunikacijsku tehnologiju), a posebno internet kao alate međunarodne komunikacija.

Kako bi što bolje razradili temu ovog završnog rada na samom početku vrlo je važno definirati što su to informacije i kakvu ulogu imaju u današnjem suvremenom svijetu.

Informacija ili obavijest (lat. *informatio*: nacrtak, predodžba, pojam, tumačenje), skup podataka s pripisanim značenjem, osnovni element komunikacije koji, primljen u određenoj situaciji, povećava čovjekovo znanje. Čovjek posjeduje znanje koje je stekao rođenjem, a dalje ga stječe iskustvom, učenjem i informiranjem (obavješćivanjem). Preko svojih osjetila čovjek prima informacije u obliku skupova podataka. Može ih primati izravno, prirodnim kanalima, ili posredno, umjetnim kanalima uz pomoć → informacijske i komunikacijske tehnologije.¹

¹ <http://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=27405>

2.1 Digitalna revolucija

Nadalje, potrebno je u objasniti i pojam „digitalno“. Korijen možemo naći u složenici *digital* iz engleskog jezika, a slobodan prijevod bio bi „sve u brojkama“. ²Digitalna slika ili zvuk nije ništa drugo nego skupina brojeva pohranjena na odgovarajući medij, a to znači da se matematičkim operacijama brzo i jednostavno mogu mijenjati vrijednosti tim brojevima. Na taj se način otvara niz mogućnosti za obradu digitalne slike i zvuka; sve što treba jest pronaći odgovarajuće matematičke operacije koje će računalo obaviti. ³Navedene se operacije provode u binarnom brojanom sustavu, a ima ih mnogo. U svakodnevnom životu koristimo decimalni (dekadni) sustav s deset znamenki, a računala binarni sustav koji ima samo dvije znamenke, 0 i 1. Riječ binaran znači dvojan, dvostruk, pa se u praksi pri upotrebi riječi digitalno misli na sustav koji koristi nule i jedinice, odnosno bitove i bajtove. Bit (*binary digit*) je najmanja jedinica informacije koju računalo može pohraniti i obraditi dok *byte* predstavlja skup u kojem se nalazi 16, 32 ili 64 bita. To je baza sustava kojim se koriste računala za spremanje podataka, zvuka i slike.

Da, digitalno doba zna biti podosta surovo, ponajviše radi toga što funkcionira u binarnom sustavu, sustavu nula i jedinica, sustavu koji zna samo da ili ne. Donosi li nam to nešto dobro ili loše teško je ocijeniti, bitno je da se znamo s tim nositi, da uvidimo da je nažalost ili nasreću informatika okosnica gotovo svega, i da bez nje u ovom času jako, jako teško možemo. ⁴Digitalna tehnologija otvorila je vrata novim mogućnostima stvaranja i prenošenja informacija u raznoraznim oblicima uz pomoć medija. ⁵Živimo u interaktivnom dobu koje nam pruža trenutačan pristup informacijama, audiovizualnim sadržajima te obilju najrazličitijih intelektualnih i materijalnih dobara. Ono što nam je tehnološki omogućio trenutačan ulaz u taj virtualni (prividni) svijet obično nazivao virtualnom, odnosno digitalnom revolucijom. ⁶Digitalna je tehnologija ključ golemih tehnoloških promjena u medijskoj slici 21. stoljeća. Stari su se mediji morali prilagoditi novih zahtjevima nove publike. Umjesto dosadašnjih pasivnih konzumenata javljaju se korisnici, aktivni kreatori novih medijskih formi, ali i sadržaja. ⁷

² Izvor: http://www.adu.unizg.hr/prilozi/dokumenti/knjiznica/Digitalna_montaza_i_postprodukcija.pdf,

³ Izvor: http://www.adu.unizg.hr/prilozi/dokumenti/knjiznica/Digitalna_montaza_i_postprodukcija.pdf,

⁴ Izvor: <http://itzasve.blogger.index.hr/post/digitalno-doba/1655529.aspx>

⁵ Krajina Z. i Perišin T.: Digitalne vijesti: mediji, tehnologija i društvo, Društvena istraživanja, Vol.18, No.6 (104), 2009., str. 935.-956.

⁶ Izvor: http://www.adu.unizg.hr/prilozi/dokumenti/knjiznica/Digitalna_montaza_i_postprodukcija.pdf

⁷ Mučalo M. i Šop S.: Nova publika novih medija, INFORMATOLOGIJA, Vol.41, No.1, 2008., str. 51.-55.

Slika 1. Ilustrativni prikaz digitalne revolucije



Digitalna revolucija odnosi se na posljedice pada cijena digitalnih komunikacijskih uređaja te obuhvaća promjene u tehnologiji i društvu. Nastupila je 80.-ih godina nakon izuma mikroprocesora, a njen vrhunac počinje 90.-ih smještanjem interneta u privatnu sferu. Informacijska i komunikacijska tehnologija (ICT) obuhvaća računala, komunikacijsku opremu i s njima povezane usluge i bavi se proučavanjem informacijskog doba. Važno je napomenuti kako su digitalna i ICT revolucija tekle usporedno.⁸ Drugim riječima, analogni uređaji koji služe komunikaciji i prijenosu informacija prolaze kroz proces digitalizacije.

Takvo povezivanje različitih usluga (telefonija, televizija, Internet) u jedinstvenu digitalnu mrežu naziva se konvergencija. Važno je istaknuti kako je osnovna pokretačka snaga informacijskog doba – Internet. Osobine digitalne tehnologije su integritet medija, integracija medija, fleksibilna interakcija, transakcije, mogućnost podešavanja alata, uređivanje tekstualnih, audio, vizualnih i videozapisa.⁹ Suvremeni mediji nisu samo (novo) sredstvo komunikacije, već su novi komunikacijski „prostor“ koji svakodnevno posjećuje i nastanjuje veliki broj ljudi.¹⁰

⁸ Izvor: http://www.adu.unizg.hr/prilozi/dokumenti/knjiznica/Digitalna_montaza_i_postprodukcija.pdf

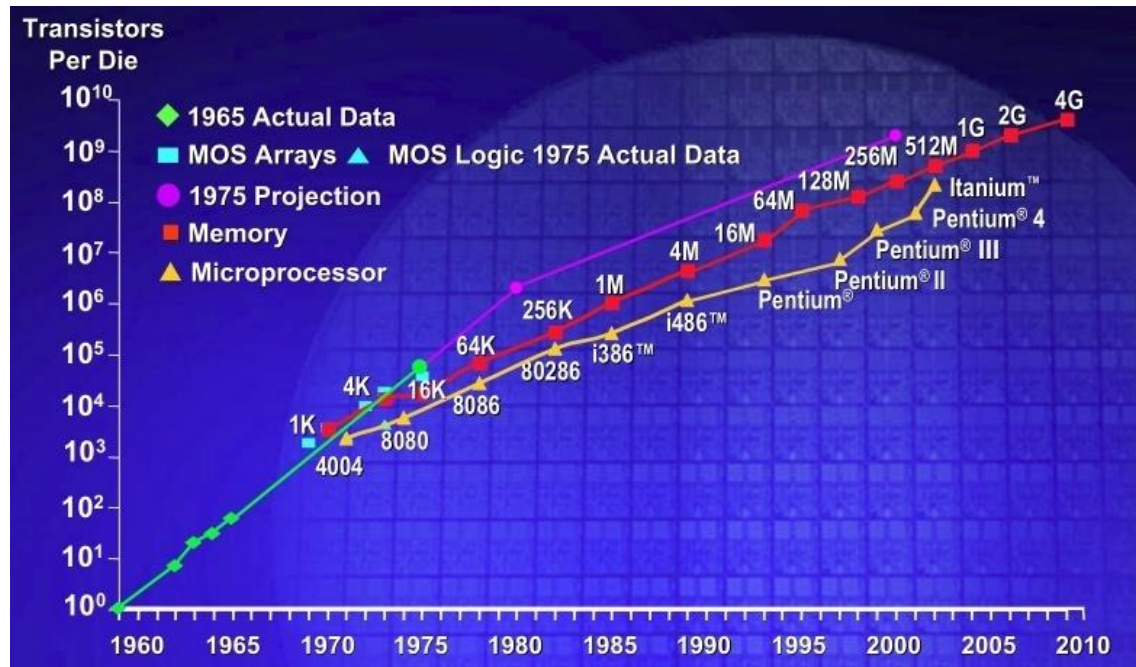
⁹ Izvor: <http://smartstart360.eu/it-ict-usluge/>

¹⁰ Valković J.: Duc in altum! Evangelizacija u „digitalno doba“, Diacovensia, Vol.20, No.2, 2012., str. 171.-186.

Tri pojma koriste se za objašnjavanje brzog razvoja ICT-ja:

1. Mooreov zakon – prema kojem se snaga mikročipova udvostručuje svaka 24 mjeseca
2. Metcalfeov zakon – koji tvrdi da vrijednost mreže raste proporcionalno s brojem njezinih korisnika
3. Vrijeme interneta – ovo se odnosi na činjenicu kako internet omogućuje intenzivnije prožimanje ukupnih društvenih djelatnosti

Slika 2. Mooreov zakon



Informacijsko doba uslijedilo je nakon industrijskog doba, a u svom užem značenju odnosi se na razdoblje nakon 1972. god. koje obilježava brzina kretanja informacija, veća od brzine fizičkog kretanja. Njegova glavna odrednica je rasprostranjenost informacijske tehnologije koja povećava brzinu i učinkovitost prijenosa informacija.

Internet je javno dostupna globalna paketna podatkovna mreža koja zajedno povezuje računala i računalne mreže korištenjem istoimenog protokola (internetski protokol = IP). To je "mreža svih mreža" koja se sastoji od milijuna kućnih, akademskih, poslovnih i vladinih mreža koje međusobno razmjenjuju informacije i usluge kao što su elektronička pošta, chat i prijenos datoteka te povezane stranice i dokumente World Wide Weba.¹¹

Razvoj Interneta započinje pojavom ENIAC-a 1946.godine. ENIAC je skraćenica za *Electronic Numerical Integrator and Computer*, a označava prvo veliko elektroničko računalo izrađeno u Philadelphiji. Daljnjim razvojem tehnologije sve više se razvijala i ideja o povezivanja računala jednog s drugim, to jest ideja o stvaranju globalne mreže- „mreže nad mrežama“. Tako je nastao Internet, najsuvremeniji i ultimativni medij koji predstavlja spoj svih tradicionalnih prethodnika. NET je *superbrzi* moćan medij koji pruža bezbroj mogućnosti i na kojemu ne postoji bilo koji oblik cenzure (osim autocenzure). Hiperprodukcija *web hosting* usluge omogućila je neograničeno emitiranje video sadržaja (slušanje radija na internetu čini se da je već stvar prošlosti), a web novinarstvo i građansko novinarstvo su iz temelja promijenili obrasce klasičnog novinarstva.¹²

Izum i razvitak Interneta ubrzao je širenje novoga organizacijskoga modela informacijske epohe - mreže. Internet kakav mi danas poznajemo počeo je sa svojim razvojem 1968. godine kada su na Stanfordu sastanak o međusobnom komuniciranju više računalnih jedinica održali Steve Carr, Steve Crocker, Jeff Rulifson i Ron Stoughton. Nedugo zatim, 1969., uspješno je poslana prva poruka preko interneta, a samo dvije godine kasnije i prvi e-mail. Internet kakav mi danas koristimo svoje prve inačice doživio je početkom 90.-ih godina dvadesetog stoljeća, kada je razvijen HTML i WWW (World Wide Web). Od pojave HTML-a i WWW internet je postao najbrže rastući medij u povijesti. Pojmovi Internet i " World Wide Web " često se poistovjećuju iako ne označavaju isto. Internet označava fizičku mrežu računala u cijelom svijetu, a WWW virtualnu mrežu web stranica povezanih linkovima (poveznicama). Web stranice pohranjuju se na poslužiteljima na Internetu tako da je WWW sastavni dio Interneta.

¹¹ [http://https://hr.wikipedia.org/wiki/Internet](https://hr.wikipedia.org/wiki/Internet)

¹² Husejnefendić Š.: Sutton tradicionalnih medija, MEDIANALI - znanstveni časopis za medije, novinarstvo, masovno komuniciranje, odnose s javnostima i kulturu društva, Vol.5, No.10, 2011., str. 49.-64.

Internet je jedinstveni komunikacijski medij koji omogućuje trenutačnu komunikaciju između milijuna različitih jedinki disperziranih po čitavom planetu.¹³ Prednosti Interneta brzo su uočene: nakon godine 1995., prve godine šireg korištenja Internet protokola World Wide Web, došlo je do njegove vrtoglave i nezaustavljive planetarne ekspanzije. Dok je te prve godine veće primjene Interneta (godine 1995.) u svijetu bilo 16 milijuna korisnika, taj je broj godine 2001. porastao na više od 400 milijuna, prognoze za 2005. iznose jednu milijardu, a za godinu 2010. dvije milijarde korisnika.¹⁴ Na samom početku, većina ljudi jednostavno je koristila Internet u potrazi za informacijama. Danas se Internet razvija sve brže kao alat koji ne samo da sadrži nevjerojatnu raznolikost informacija već pruža nove načine pristupa, interakcije i povezivanja s ljudima i sadržajem. Kao rezultat toga, stalno se pojavljuju i novi uvjeti. Dok drugi masovni mediji imaju centraliziranu strukturu u objavljivanju informacija koje definiranim kanalima šalju prema korisniku (takozvani “pogurni” mediji), u slučaju Interneta radi se o mediju bez jasne strukture ili centraliziranog objavljivanja informacija, kod kojeg korisnici prema osobnoj preferenciji biraju i učitavaju na računalo informacije iz računalne mreže (takozvani “povuci” medij).¹⁵ Internet koristi oko 3,2 milijarde ljudi od čega ih je čak 1,7 Azijaca, a zanimljivo je da većina internetskog prometa nije generirana od strane ljudi već robota. Internet omogućuje ljudima da komunikaciju jedni s drugima na vrlo jeftin i zgodan način. Jedini nastali troškovi su oni koji se plaćaju davateljima internetskih usluga. Postoje različite aplikacije koje omogućuju video komunikaciju s osobama diljem svijeta, a jedna od najpoznatijih je *Skype*. Usluge kao što su *Skype* pomogle su i olakšale ljudima iz različitih geografskih područja interakciju i razmjenu ideja. Kao takav, ljudi su u mogućnosti da podijele svoje misli i stavove o pitanjima koja utječu na svijet. Internet djeluje kao zajednička globalna platforma gdje korisnici istražuju različite ideologije i kulture bez ikakvih ograničenja. Obzirom da je Internet zatrpan informacijama o svemu i svačemu, pretraživanje istih omogućuju tražilice od kojih je najpoznatija *Google* tražilica. Dok je sadržaj neke televizijske vijesti za prosječnog gledatelja gotovo nemoguće ponovno reproducirati ukoliko je nije snimio, a neki članak u tisku teško pronaći ako nije zabilježen datum i izdanje glasila, uporabom pretraživača moguće je o mnogim osobama pronaći cijele kolekcije informacija i dokumenata objavljenih tijekom više godina na Webu iz najrazličitijih izvora.¹⁶

¹³Izvor: <http://hrcak.srce.hr/file/15811>

¹⁴ Manuel Castells «Internet Galaksija – razmišljanja o Internetu, poslovanju i društvu», Naklada Jesenski i Turk, Zagreb, 2003., str. 13

¹⁵Izvor: <http://hrcak.srce.hr/file/36830>

¹⁶Izvor: <http://hrcak.srce.hr/file/36830>

Zahvaljujući Internetu, razmjena informacija je brza i besprijekorna. Ukoliko korisnik želi podijeliti informaciju sa svojih 30 prijatelja, to može učiniti u trenu pomoću društvenih mreža kao što je na primjer *Facebook*. Svi on-line prijatelji dobiti će objavljenu vijest u isto vrijeme. Također danas je moguće provoditi financijske transakcije on-line kao što su plaćanje poreza i režija ili rezervacija kino ulaznica. Rast e-poslovanja omogućio je korisnicima on-line kupovanje različitih roba i usluga, a neki od najpoznatijih maloprodajnih divova su *Amazon*, *eBay* i *Alibaba*. Preko njih korisnik kupuje robu široke potrošnje na globalnoj razini što je bilo nezamislivo i nemoguće prije nastanka Interneta. Jedan od glavnih razloga surfanja Internetom je zabava poput gledanje filmova, slušanje glazbe, čitanje omiljenih trač rubrika, igranje igara i tako dalje. Internet postaje zabavni par koji se nikad ne zatvara.

Uzevši u obzir heterogenost perspektiva i tumačenja, ne treba stavljati nepremostive granice između starih i novih medija, stoga u obilježja novih medija ubrajamo:

- Digitalnost – obrađeni podaci u digitalnom obliku (što znači u broječanom). Informacija, ako se digitalizira biva transformirana u binarni kod. Takvim broječanim nizovima daleko je lakše manipulirati nego analognim oblikom, što ubrzava i olakšava širenje informacija (ali i dezinformacija).
- Multimedijalnost – sadržaji izraženi preko raznih kanala: zvukova, grafika, slika, tekstova... Što prati snažna integracija različitih kodova. Multimedijalnost označavaju sisteme pomiješanih medija koji mogu prenositi informaciju različitim mješavinama pokretnih videa, animacije i zvuka, kao i nepokretne slike i pisane riječi
- Interaktivnost – mjera moguće sposobnosti nekoga medija da korisniku dopusti utjecaj na sadržaj i/ili formu prenesene komunikacije
- Hiper-tekstualnost (hipermedijalnost) – skup informacija povezanih na nelinearan način, a omogućuje personalizirano korištenje. Tekstu je dodana dimenzija dubine, a u zadnje vrijeme počinje sve češće korištenje hiper-medija (kada označeni link nekog pojma, osim dodatnog teksta vodi prema video ili glasovnom odsječku).
- Kibernetički prostor (*cyberspace*) – Mreže postaju strukture, komunikacijska sredstva između osoba te ostvaruju funkcije koje se pripisuju masmedijima.¹⁷

¹⁷hrcak.srce.hr/file/160854

2.2. Utjecaj ICT-a na turističko poslovanje

Razvoj informacijske i komunikacijske tehnologije (ICT) uvelike su promijenile suvremeno poslovno okruženje. To je dovelo do novog informacijskog gospodarstva koje je u prirodi digitalno. ICT je široka terminologija koja se odnosi na višestruku tehnološku komunikaciju koja se kreće od jednostavnih prema složenim, npr. aplikacije mobitela (SMS), digitalne kamere, internet, bežični (WiFi i WiMAN), VOIP, GPS, GIS, konvergencija (podaci, glas, mediji), digitalni radio, te ostale tehnologije stvarajući novo što konkurentnije globalno tržište. S e-trgovinom i poslovanjem tržište ima više mogućnosti i mogućnosti nego ikad prije.

Napredak u elektroničkim informacijskim i komunikacijskim tehnologijama (ICT) ubrzano mijenja društvene i ekonomske uvjete diljem svijeta. Kako troškovi ICT-a i dalje padaju a njihove sposobnosti se povećavaju, njihove aplikacije postaju još važnije za sve sektore gospodarstva i društva. Razvoj i nastavak rasta ICT-a i njezina primjena u turističkom sektoru osnažili su potrošača turizma i potiču značajne promjene u turističkoj industriji. Rastu širenja i korištenja ICT-a, stvaraju se nove mogućnosti zemljama da iskoriste ove tehnologije i usluge za promicanje društvenog i gospodarskog razvoja i ljudske pravde. S obzirom na rastuću važnost tehnologije u svim organizacijskim funkcijama i područjima, organizacije se moraju prilagoditi tehnološkim promjenama ili će se morati suočiti sa smanjenjem njihove organizacijske održivosti.

Informacijski sustavi (IS) u turizmu bili su među pionirima vodećih tehnoloških aplikacija: Computer Reservation Systems (CRS) ili globalni distributivni sustavi (GDS) bili su među prvim međunarodnim sustavima. Sustavi upravljanja resursima su među najnaprednijim aplikacijama za skupljanje podataka. Turistički marketinški sustavi obično predstavljaju vodeću ulogu multimedijских i aplikacija virtualne stvarnosti. World Wide Web duboko mijenja proizvodnju, distribuciju i potrošnju turističkih proizvoda. Informacijska i komunikacijska tehnologija (ICT) vjerojatno je najjača pokretačka snaga i promjena unutar turističke industrije. Obje industrije ne samo da rastu iznad prosjeka, već će biti i među najvažnijim industrijama u idućem stoljeću. Biti usko povezani i isprepleteni.

A prednosti upotrebljavanja informacijsko-komunikacijske tehnologije u turizmu su brojne, a ističu se:

- lakše i ugodnije poslovanje
- pristup velikom broju svjetskog tržišta
- niski troškovi ulaganja i održavanja sustava
- brza i lakša dostupnost turističke ponude (24 sata dnevno)
- točne i pouzdane informacije o turističkim uslugama
- jednostavna kupnja i sigurna naplata turističkih usluga
- kreiranje baze podataka korisnika usluga u cilju daljnjeg poboljšanja i promocije destinacije¹⁸

Vladine politike mogu imati dramatičan učinak na Internet i njegov potencijalni razvoj, uvođenjem novih pravila i ograničenja. Privatnost i sigurnosna pitanja također su vrlo značajni. Stoga, pružatelji internetskih usluga moraju razmotriti etička pitanja i korištenje osobnih podataka pohranjenih unutar mreža. Da bi se potpuna komercijalna mogućnost elektroničke trgovine i interneta iskoristila od strane turističke i ugostiteljske industrije i njezinih potrošača, treba razmotriti nekoliko pitanja koja uključuju povećanje sigurnosti prijenosa, pitanja autorskog prava, smanjenje konfuzije korisnika i nezadovoljstvo, osnivanje Struktura cijena za raspodjelu informacija i rezervacija te poboljšanje standardizacije informacija i procedura rezervacije. Potrebno je osigurati vjerodostojnost i odgovornost informacija i osigurati jednaki pristup manjim i većim partnerima.

Turističke organizacije koje implementiraju IT i Internet za konkurentsku prednost također mogu biti suočene s pravnim rizicima zbog mogućih kršenja zakona o zaštiti tržišnog natjecanja i kršenja privatnosti. Treba stvoriti politike i postupke kako bi se promicalo razumijevanje potencijalnih pravnih rizika. Ovo će razumijevanje potaknuti organizacije da dobiju pomoć od pravnih stručnjaka za dizajniranje kontrola kako bi pokvarila takve rizike. Ostale političke promjene, na primjer povećanje nezaposlenosti, zakoni o zaštiti tržišnog natjecanja i politike planiranja, imale bi samo utjecaj na turizam i ugostiteljske organizacije ako koriste tehnološke napore i kanale za distribuciju interneta.

¹⁸ <https://hrcak.srce.hr/file/156306>

Internet nije ozbiljno osjetljiv na ekonomske cikluse. Međutim, smatra se da će turistička ili hotelska prodaja s Interneta biti pod velikim utjecajem gospodarskih promjena u tim zemljama, od kojih kupci rezerviraju ili rezerviraju proizvod. To uključuje promjene u gospodarskom rastu, kamatnim stopama, inflaciji ili valutnim kolebanjima koje mogu eliminirati troškovnu prednost turističke organizacije i mogu imati nepovoljan utjecaj na margine. Demografske promjene i promjene stavova kupaca prema novoj tehnologiji i Internetu, posebno će imati izravan utjecaj na internet i turizam i ugostiteljsku industriju s poštovanjem. Danas kupci postaju stručniji i napredniji u korištenju tehnologije. Dimenzija socijalnog sustava mora uključivati veće društvene i političke procese kroz koje interesi različitih društvenih skupina međusobno komuniciraju i tehnologijom.¹⁹

Računalne mreže i elektronički distribucijski sustavi razvijeni sedamdesetih godina doveli su do dramatičnih strukturnih promjena unutar turizma i ugostiteljstva. CRS je u suštini baza podataka koja omogućuje organizaciji turizma da upravlja svojim inventarom i poboljšava dostupnost informacija unutar i između partnera. Zrakoplovi su pioniri u korištenju CRS tehnologiju u osamdesetima, širenjem i integriranjem obuhvatili su cijeli niz posrednika i ravnatelja. Pojedini dobavljači proizvoda postali su svjesni da će integracija sustava i naknadno stvaranje "prozora trgovine" koji omogućavaju prikazivanje i kupnju proizvoda bilo gdje u svijetu bio ključan čimbenik u konkurentnosti i profitabilnosti operacija. GDS-ovi su jedan od glavnih pokretača informacijskih tehnologija u turizmu i ugostiteljstvu, kao i okosnica tih industrija te predstavljaju glavni čimbenik globalizacije IT-a. Razvoj GDS-a nadopunjen je uvođenjem i širenjem sredinom 1990-ih Interneta. Ovaj razvoj omogućio je neusporedivu priliku za distribuciju multimedijских informacija i interaktivnosti između ravnatelja i potrošača. To je naročito s obzirom na interlinking strukturu Interneta koja omogućuje pružanje i pakiranje tematske informacije, proizvoda i usluga. Informacija na Internetu je, međutim, kaotična i labavo strukturirana, uglavnom zbog svoje nezrelosti i nedostatka bilo koje vrste standardizacije. Očekuje se da će na kraju GDS-ovi iskoristiti otvorenost World Wide Web-a (WWW) i razviti odgovarajuća sučelja za potrošače i industriju.²⁰ Sabre je već pokrenula Travelocity, elektroničku putničku agenciju, dok ostali GDS-i najavljuju slične akcije ili suradnje s pružateljima putovanja na Internetu. To uključuje

¹⁹ <http://www.ivoryresearch.com/samples/tourism-essay-example-it-and-internet-impact-on-tourism-and-hospitality-industry-implementation-of-technologies-for-hilton-hotels-group/>

²⁰ isto

Worldspan s Expediaom i Amadeusom s Internet Travel Networkom. IT i Internet transformirali su distribuciju turističkog proizvoda kako bi stvorili elektroničko tržište gdje je trenutno dostupan pristup informacijama. Ravnatelji i potrošači nastavljaju doživjeti neovisnu interaktivnost. Dramatično ekspanzija interneta rezultirala je ponovnim građenjem cjelokupnog procesa proizvodnje i distribucije turističkih proizvoda. Kao posljedica ove tehnološke eksplozije, ambalaža turističkog proizvoda postaje sve više individualistična.

U marketinškoj strategiji e-trgovine važno je istaknuti da su informacije sada svoj vlastiti proizvod. Internet može poslužiti kao platforma za nove inovacije proizvoda. Tvrtke mogu izravno pristupiti potrošačima da prikupljaju informacije koje će im pomoći u boljem razvoju proizvoda kako bi se zadovoljile potrebe potrošača. Za međunarodne hotelske lance to može pružiti prilagodbe i prilagodbe za lokalna tržišta ili stvoriti niša proizvoda. Tvrtke također mogu iskoristiti svoj doseg potrošačima da prodaju oglašavanje tijekom transakcija.

Prikupljene internetske informacije pružit će hotelima mogućnost da uočavaju potpuno nova tržišta. Razvijanje online baze klijenata i osigurati da se njegovi proizvodi nude na web stranicama koje imaju sve proizvode koje potrošači žele. Informacije su postale svoj vlastiti proizvod na Internetu. Internet služi kao platforma za novi proizvod.

Zbog veličine svog tržišta, Internet će imati najdublji utjecaj na mjesto u marketinškom miksu. E-trgovina stavlja odluku o kupnji bilo gdje postoji veza s Internetom.

Vrlo je važno brzo razviti veliku bazu klijenata u e-trgovini. Lojalnost kupaca najprije mora dobiti u dimenziji konteksta. Prva prednost pokretača je vrlo važna jer bi standardi interneta mogli učiniti konkurentne prednosti određenog konteksta teško održati. Po svojoj naravi, standardi će omogućiti organizacijama da dupliciraju dizajn i značajke konkurentskih web stranica.²¹

Dobavljač može koristiti tehnologiju kako bi razlikovala cijene između potrošača, na primjer, u različitim zemljama. Međutim, ako ne poduzmu mjere predostrožnosti, potrošači će moći brzo saznati o diskriminaciji cijena i prigovoriti mu.

Organizacije će morati zaposliti nove modele određivanja cijena pri prodaji putem Interneta. Sposobnost tehnologije za pružanje usluga po jeftinijem trošku bi otežavala odrediti prikladnu cijenu za potrošač. Svaki hotelski lanac trebao bi biti spreman odgovoriti na povećane pritiske na cijene na Internetu i visoku razinu konkurencije.

²¹ Isto

Oglašavanje, istraživanje, prodaja, promocije, kuponska distribucija i korisnička podrška mogu se učiniti na Internetu. Internet pruža nisku cijenu kako bi gostoljubivim tvrtkama izgradio izravnu vezu s potrošačem. Osim toga, inkumbenti mogu koristiti svoje tradicionalne izvore podataka o potrošačima (na primjer, testiranje proizvoda, fokusne grupe) koje se lako prikupljaju s web-lokacija e-trgovine (npr. Podaci o prodaji, demografija korisnika). Upotreba Interneta od strane zračnih prijevoznika za komuniciranje informacija postaje sve prevladavajuća. To se odnosi i na teške informacije, u obliku rasporeda i dostupnosti podataka o vozilu, te na mekše područje općenitih informacija o tvrtki. Web prisutnost je sama po sebi značajna, ali dizajn stranice još važnije. Iz perspektive potrošača mora biti relevantna i korisna, s jednostavnim značajkama navigacije, tako da je vrijeme provedeno na posjeti plodonosno. Štoviše, web-lokacija bi trebala pozvati reviziju jer postoji kritična razlika u početnoj motivaciji da posjeti i ponovno se kontaktira.²²

Trenutne primjene računalne tehnologije u turizmu i ugostiteljstvu mogu se grupirati u tri glavna područja, operativne, gostujuće usluge i informacije o upravljanju. Difuzija sustava informacijskih tehnologija u turizmu i ugostiteljstvu povećat će učinkovitost, kvalitetu i fleksibilnost kojom se pružaju turističke usluge.²³ Već je dovelo do stvaranja novih usluga, kao što su online brošure i interaktivni video tekst. Tehnologija ima najveći utjecaj na marketing i distribuciju putovanja, ali ostavlja relativno netaknuta ljudsko-intenzivna područja odnosa između gosta i domaćina i odnosa između dobavljača i potrošača. Informacijske tehnologije koje se primjenjuju na turistički sustav povećat će učinkovitost i kvalitetu pruženih usluga te dovesti do novih kombinacija turističkih usluga. Sve se to nije moglo postići bez promjene očitog ljudskog sadržaja visokog dodirivanja putovanja. Sustavna uporaba sustava informacijskih tehnologija od strane svih turističkih dobavljača, zajedno s dubokim utjecajem na putničku industriju, stvara temelje nove turističke najbolje prakse i cjelokupnog sustava stvaranja bogatstva. Informacijske i komunikacijske tehnologije mogu se koristiti ne samo za operativne svrhe već i za taktičko i strateško upravljanje. To omogućuje da turistička i ugostiteljska poduzeća izravno i učinkovitije komuniciraju s potencijalnim kupcima i dobavljačima, kao i da postignu konkurentsku prednost.

²² isto

²³ isto

3. INFORMACIJSKI SUSTAVI U HOTELIJERSTVU I UGOSTITELJSTVU

„Danas se u gotovo svim hotelima poslovanje prijamnog odjela, pa tako i recepcije, obavlja uz uporabu informacijske tehnologije, posredstvom namjenski izrađenih aplikacijskih programa. Suvremena je tehnologija posljednjih godina uvelike promijenila način recepcijskog poslovanja, iako je ono u cjelini ostalo isto. Različiti oblici informacijske tehnologije olakšali su rad recepcionarima, a posebno interna komunikacijska veza, koja povezuje sve hotelske odjele, tako da su na jednom mjestu prikupljeni svi potrebni podaci. To je pridonijelo mnogo bržem načinu rada, ali i tome da svaki recepcionar, sada može raditi sve, i time je na još većoj usluzi gostima.“²⁴

Sa sofisticiranim središnjim rezervacijskim sustavom hotela pružaju se različite prilike i prednosti poput: povećanje rezervacija, maksimiziranje prodaje, implementacija i prinos upravljanja, poboljšanje tržišne sposobnosti i poboljšanje usluge pretraživanja. Uz brojne pozitivne učinke ICT-a u poslovanju, to je teško je zamisliti suvremeno poslovanje bez usvajanje ICT-a. ICT prožima svaki aspekt poslovanja dvadeset prvog stoljeća. U hotelu najveću važnost ima računalo preko kojeg se stvaraju računi, prate rezervacije, prijava i odjava gostiju, evidentiranje troškova gostiju, dijeljenje informacija unutar i van hotela i tako dalje. Koristeći IT, gostima se pruža mogućnost da ostanu u udobnosti svojih domova i na taj način komuniciraju s osobljem hotela, odnosno recepcijom i stvaraju i potvrđuju rezervaciju. Također, plaćanje karticama postalo je najčešće korišteni način plaćanja troškova u hotelskom poslovanju. Gosti mogu izvršiti uplatu za njihovu online rezervaciju kako bi olakšali samo plaćanje, koja štedi vrijeme i smanjuje čekanje na samoj recepciji. Elektronički prijenos novca (EFT) pomaže bržem ažuriranju računa hotela i gostiju nakon rezervacije.

„Informatizacija recepcijskog poslovanja nezaobilazna je za ostvarenje optimalne iskorištenosti kapaciteta. Omogućuje hotelijeru preglednost i ažurnost podataka o gostu od njegova dolaska pa sve do odlaska. To je ujedno i najčešće informatizirana poslovna funkcija u hotelu. Aplikacije za taj dio poslovanja mogu biti vrlo jeftine i jednostavne za korištenje pa su na taj način pristupačne i najmanjim hotelima.“²⁵

²⁴ Galičić, Vlado, Hotelska prodaja i recepcijsko poslovanje, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija, 2013

²⁵ : <http://www.infotrend.hr/clanak/2009/4/tehnologija-nasvim-razinama-,29,688.html>

Recepcija hotela, poznata kao i prijem, žarište je većine aktivnosti unutar turističkog poslovanja bilo da je o velikom ili malom hotelu. To je prvo i posljednje mjesto na kojem gost ima izravan kontakt s osobljem hotela riječ. Također, to je i najvidljiviji odjel unutar ugostiteljske industrije.

„Prijamni odjel odnosno odjel recepcije je mjesto gdje se ostvaruje prvi kontakt gosta s hotelom kada stigne u hotel, to je informativni centar za vrijeme boravka gosta u hotelu i mjesto zadnjeg kontakta kada gost odlazi iz hotela.“²⁶ Prijamni odjel se može podijeliti na „recepciju, portirnicu, blagajnu, telefonsku centralu te mjenjačnicu“²⁷

Do 1990-ih gotovo svi hoteli djelovali su pod manualnim sustavom. Uz uvođenje računala, hoteli su se prebacili na automatizirane sustave. Većina hotela s pet zvjezdica djeluje pod potpuno automatiziranim sustavom. Potpuno automatizirani sustavi su računalno zasnovani i predstavljaju najbolji sustav ikada korišten u hotelijerstvu. Karakterizira ga prekomjerna uporaba integriranih programa, softverskih paketa te je povezan s glavnim okvirom ili terminalnim poslužiteljem.

Značaj odjela recepcije u poslovanju hotela možda najbolje opisuje upravo popis zadataka koje odjel recepcije obavlja, a iz kojeg se može dobiti predodžba o važnosti poslova recepcije za ukupno poslovanje hotela:

- Doček gostiju na glavnom ulazu u hotel,
- Ispraćaj gostiju nakon napuštanja hotela,
- Prijem gostiju na recepciji sa i bez rezervacije,
- Upisivanje podataka u kompjuterski sustav,
- Izdavanje ključa i praćenje gosta do sobe,
- Pomoć pri nošenju osobne prtljage gosta,
- Davanje informacija gostima za vrijeme boravka u hotelu
- prenošenje poruka,
- Davanje telefonskih i telefaks usluga u smislu ulaznih i izlaznih linija,
- Organiziranje prijevoza itd.²⁸

²⁶ Jaković, B., Organizacija rada u prijemnom odjelu hotela visoke kategorije na području Republike Hrvatske, Praktični menadžment, Vol IV, br. 1, str. 90-96.

²⁷ Galičić, V., Ivanović, S. i Lupić, M., Hotelska prodaja i recepcijsko poslovanje, Fakultet za turistički i hotelski menadžment, Opatija, 2005., str 159.

²⁸ isto

Prema istraživanju „Poslovanje hotelijerstva u Hrvatskoj 2007.” savjetodavne tvrtke Horwath Consulting Zagreb, specijalizirane za hotelijerstvo i turizam, korištenje pojedinih tehnoloških sustava u hotelima u Hrvatskoj prilično varira. Najmanje korišteni tehnološki sustavi su globalni distribucijski sustavi (14,4%), a najčešće korištene su vlastite web stranice (94,4%). Vrlo visoko, iznad 80%, koriste se sustavi za pristup internetu (93,3%), sustavi za prodajna mjesta hrane i pića – POS (91,1%), sustavi obračuna telefonskih poziva (87,8%) i lokalna mreža – LAN (83,3%). Srednje vrijednosti korištenja, od 30% do 70%, zauzimaju USALI (70%), centralni rezervacijski sustavi (67,8%), intranet sustavi (66,7%), sustavi praćenja poslovanja – MIS (65,6%), mreža na široj razini – WAN (58,9%), sustavi memoriranja podataka – Data Warehousing (43,3%) i sustavi upravljanja energijom – EMS (30,0%). Osim GDS-a, vrlo nisko se nalaze sustavi upravljanja objektom – PMS koje koristi samo 28,9% hotela i sustavi upravljanja prihodom – Yield Management s udjelom od samo 20%. Razlog tome je što su to složene aplikacije koje zahtijevaju najviši stupanj informatiziranosti poslovanja pa ih koriste samo „najveći”, ali isto tako one pružaju i najveće koristi u upravljanju hotelom te ih moraju koristiti oni koji žele biti „najbolji”.²⁹

Također, odjel koji ne može glatko raditi bez upotrebe IT-a jest hrana i piće. Ljudi mogu reći da 70% prihoda hotela dolazi iz prodajne sobe, a ostatak dolazi od odjela za hranu i piće. Stoga, kako bi se povećala prihod, hotel mora imati dobro osposobljeno osoblje koje će služiti kupcu s najboljim uslugama. Kada osoblje služe gostima dobro, to znači da su već zadovoljni gosti. Stoga će se ponovo i iznova vraćati u hotel, no ponekad se hotelu mora nositi s neočekivanim problemom, kao što je nadmašivanje mogućnosti hotelske aplikacije za rezervaciju. Zaključno, IT ima važnu ulogu u ugostiteljskoj djelatnosti, posebice u stvaranju konkurentne prednosti svakog hotela. Hotel mora uvijek ažurirati novu modernu IT kako bi bio profesionalniji. To je jedini način da zadržite lojalnost gostiju i privučete nove buduće goste. Korištenje IT pomoći će svim zaposlenicima da rade bolje, brže i prikladnije te uštedjeti mnogo novca. Konačno, IT donosi mnoge prednosti za hotel, osobito u front officeu, odnosima s kupcima i odjelu za hranu i piće.

²⁹ <http://www.infotrend.hr/clanak/2009/4/tehnologija-na-svim-razinama-29.688.html>

4. ANALIZA KORIŠTENJA INFORMACIJSKIH SUSTAVA U HOTELU „ART“

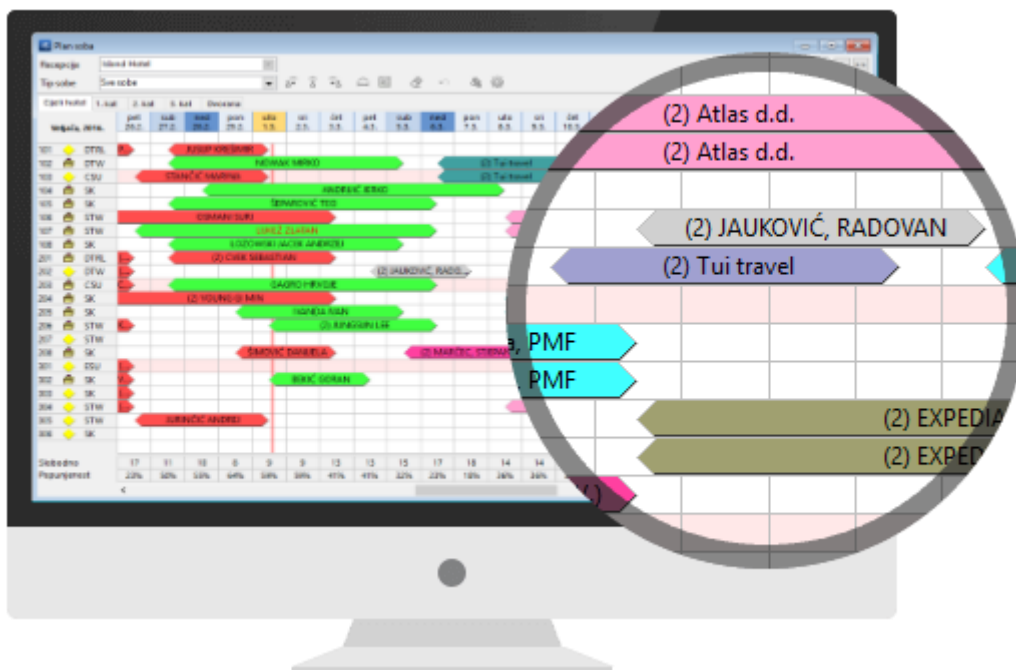
Hotel Art, punog naziva Hoteli A d.o.o. za turizam i usluge nalazi se u Ulici Slobode u blizini samog centra Splita . Vrednovan je s četiri zvjezdice, dok u sklopu svog poslovanja posjeduje i anex zgradu Depadans s tri zvjezdice. Ovaj hotel gostima pruža prostrane i udobne sobe, moderni interijeri, suvremeno opremljene konferencijske sale, besplatan wireless pristup internetu, wellness, restoran čija kuhinja radi do 23 sata te osigurani parking.

Sve sobe su klimatizirane, imaju izravnu telefonsku liniju, mini-bar, sef, plazma TV sa satelitskim programima, SOS i protupožarni sustav te internetski priključak. Kongresna dvorana Art Hotela kapaciteta je do 80 mjesta, ovisno o postavi dvorane i željama organizatora. Dvorana je opremljena sa: sustavom razglasa i bežičnim mikrofonom, projektorom i projekcijskim platnom, videom, laserskim pokazivačem, blokom (flipchartom). Fitnes centar nudi: stazu za trčanje (hodanje), sobni bicikl, steper i višenamjenske klupe (bencha). Na raspolaganju u wellness centru su: finska sauna, parna kupelj, masažni bazen, tuš iznenađenja, grijana klupa, ležaljke, zasebne tuš kabine, svlačionica opremljena zasebnim ormarićima s ključem čime je osigurana privatnost i sigurnost stvari.

Distribucija proizvoda najvažnija je funkcija za hotel Art. Informacijske tehnologije, kao što su računalni sustavi rezervacije i video brošure, ovaj hotel koristi u marketingu i distribuciji noćenja. Za hotel Art, uvrštavanje informacijskih tehnologija za povezivanje njihovih front office i back-office neophodno za učinkovitu i ekonomičnu dostavu svojih usluga. Međutim, nije dovoljno samo jamčiti prodaju hotelskog noćenja. Bez veza s međunarodnim marketinškim i distribucijskim mrežama, hotelske noćenje se ne mogu prodati. Rezervacije su ključ za prodaju hotelskog noćenja. Rezervacijski sustavi, ovisno o softveru i sofisticiranosti, sadrže podatke i generiraju razna izvješća o dostupnosti prostorija, otkazima itd. Uz to, baza podataka može generirati prognoze o očekivanim dolascima, odlascima i prodanim sobama. Također može pratiti hotelske performanse kroz razvoj i obradu gostujućih upitnika. Rezervacijski sustavi također omogućuju hotelu Art da provodi analize putničkih agencija i tour-operatora kako bi se utvrdilo koje agencije i operatori dosljedno stvaraju posao. Postoje dva glavna područja u kojima informacijske tehnologije pomažu u poslovanju a to su poboljšavanje svoje komunikacije u internoj međudržavnoj komunikaciji i u vanjskim vezama s agentima, dobavljačima, rezervacijskim sustavima i podatkovnim mrežama. Unutarnje međusektorske veze hotela olakšavaju se računalima i komunikacijskim tehnologijama koje

služe za integraciju prednjeg ureda, pozadinskog ureda i poslovanja s pićem. To se olakšava putem komunikacija između računala i računala. Tehnologije komunikacija koje koristi hotel Art obuhvaćaju digitalne telefonske sustave, telekonferencije, satelitske emisije, video tekstualne i audiovizualne alate za informiranje, slikovnu komunikaciju i razne komunikacijske mreže za rezervacije. Hotel Art u svom poslovanju također koristi i sustav za upravljanje sobom koji daje ažurne informacije o zauzetosti soba i statusu te pomažu u raspoređivanju dužnosti domaćica za maksimalnu učinkovitost. Popisi soba, dolasci, boravak, produženi boravak, odlasci i sobe mogu se sve upravljati sustavima upravljanja sobama.

Milenij je hotelski informacijski sustav koji se koristi u hotelu Art. Svojim bogatim mogućnostima olakšava dnevne zadatke i ostavlja više vremena osoblju da se posvete gostima. Dizajniran uz pomoć stručnih osoba iz hotelijerstva te je u mogućnosti izvršiti sve zadane zadatke. Vrijeme je iznimno važno i dobar informacijski sustav ne samo da štedi vrijeme nego pomaže u boljem izvršavanju svakodnevnih poslova. Mogućnosti koje pruža ovaj informacijski sustav nebrojene su tako da se u radu spominju samo one od važnijih.



Slika 3. Prikaz plana soba

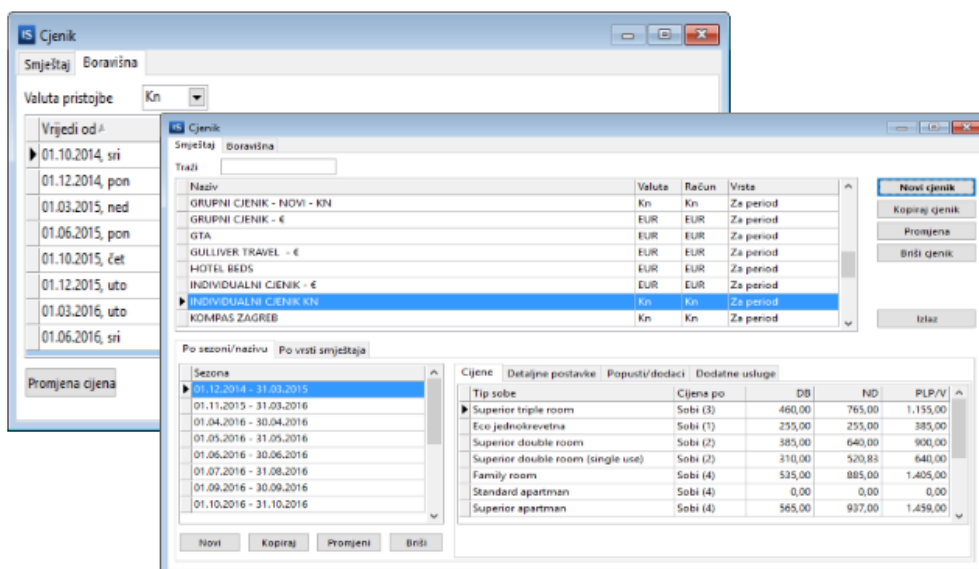
Dodjela soba - Iz plana soba jednostavno se odabire smještaj bilo da se radi rezervaciju za individualce ili pak za grupe gostiju. Osim cjelokupnog prikaza smještajnih jedinica, prilikom izrade rezervacije jednostavno se može izdvojiti slobodne sobe koje će zadovoljiti zahtjeve gostiju. Tako se može izdvojiti samo sobe određenog tipa koje su slobodne ili pak npr. sobe samo u prizemlju. Sve to je dostupno na jedan klik miša što izradu rezervacija čini iznimno lakim zadatkom. U današnje vrijeme postoji više kanala gdje se mogu napraviti rezervacije: na recepciji, u prodaji, na internetu... Automatsko osvježavanje i povezanost svih čimbenika rezultirat će prikazom zauzeća soba u stvarnom vremenu. Uz ovakav sustav to se smanjuje ili je nemoguće da se dogodi slučajni overbooking.

Prihvata gosta (check-in)

Ponekad se može učiniti da je prihvata gostiju jednostavan proces koji ne može poći po krivu. Međutim, bez alata koji će provjeravati razne parametre može se dogoditi da kasnije stvori više posla u kontroli i upisu dodatnih podataka. iSustav je svakako jedan od tih alata koji će se brinuti da svaka prijava ispunjava sve uvjete potrebne za boravak gosta hotelu.

Kontrola cijena i popusta

Ako se ne radi o rezervaciji gdje su cijene i popusti već unaprijed određeni, prilikom prijave gosta u smještaj može se osim odabira cijena iz cjenika odrediti i posebne cijene (po osobi, po sobi ili pak za cijeli period boravka). Obvezne takse program automatski dodaje na račun gostiju. Tu je još i mogućnost različitih vrsta popusta koje se bira iz cjenika ili direktno upisuje kod prijave.



Slika 4. Prikaz cjenika

Mogućnost dan-po-dan cijena

Često se može dogoditi da gosti nemaju iste usluge svaki dan boravka. Zato ovaj program omogućava da se tim gostima odredi cijenu za svaki dan posebno. Tako se bez problema promijeni vrsta usluge na dnevnoj bazi (BB, HB, FB) ili u slučaju preseljenja u drugi tip sobe cijenu sobe druge kvalitete.

Definiranje / zamjena obroka

U programu postoji pansionarska lista koja kuhinji daje podatke o obrocima koji se trebaju pripremiti ujutro, podne i navečer. Tako se događaju situaciju gdje gost želi zamijeniti obrok (npr. ručak s večerom ako ima HB) te mu se to omogućiti za istu cijenu. Da bi kuhinja imala točnu informaciju o broju obroka koje je potrebno pripremiti to je potrebno odrediti i u programu.

Ispis registarskih kartica

Iako se to ne primjenjuje u svim hotelima, hotel Art ispisuje registarsku karticu i daje podatke gostu na ovjeru. Time se dobiju dodatne informacije o gostu a i potvrda da je ispravno prijavljen. Ispis registarske kartice moguće je ispisati na pet svjetskih jezika.

Upozorenje za goste s crne liste

Crnu listu gostiju održava osoblje recepcije. Svakog gosta koji je pravio probleme stavlja se na tu listu s opisom problema. U slučaju da se praviti rezervaciju za gosta s tog popisa program odmah obavještava s porukom upozorenja i opisom problema.

Obavijest o rođendanima

U programu postoji lista gostiju koji imaju na određeni dan rođendan. To mogu biti gosti u hotelu ali i gosti koji nisu više u hotelu (tada se čestim gostima čestita rođendan putem e-maila). Ali pored te liste, na planu soba su označeni gosti koji su u hotelu i na tekući dan imaju rođendan. Tako hotel Art nikad ne propušta niti jedan rođendan gosta hotela.

Provjera statusa sobe

Jako je bitno kod prijave gosta ne uputiti ga u sobu prije nego je soba pripremljena. U suradnji s domaćinstvom program kod svake prijave provjerava status sobe i u slučaju problema obavještava vas o tome.

Odlazak gosta (check-out)

Odlazak, odnosno odjava (check-out) gostiju iz hotela je jedan od najvažnijih trenutaka, ako ne i najvažniji, i zahtjeva punu pozornost osoblja recepcije jer o tome ovisi kakav će konačni dojam dobiti gost o boravku u vašem hotelu. Usluga mora biti brza, račun napravljen u trenutku i odrađena naplata bez problema. Mogu se raditi računi za više gostiju, grupu, može se raditi podjela računa, računa na individualnu osobu ili pak na firmu.

Predpregled troškova

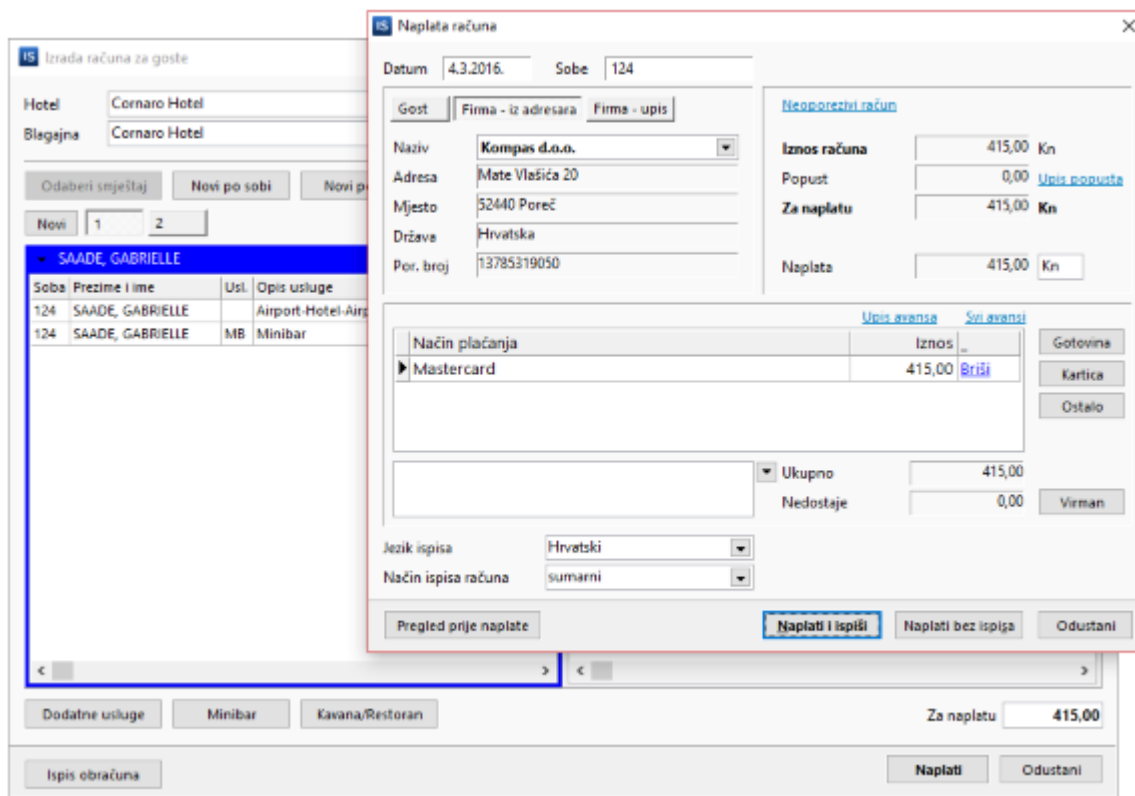
Prije nego gost odluči platiti, odnosno kako će platiti, možda će htjeti pogledati koji su mu sve to troškovi obračunali. Zbog toga postoji predpregled računa koji se može ispisati i uručiti gostu. Na tome ispisu je ukupan iznos za plaćanje iskazan u dvije različite valute što strancima olakšava razumijevanje.

Kontrolna točka

Ovo je točka u kojoj program provjerava sve troškove gosta i stavlja ih u obračun za naplatu. Osim ako nije od strane recepcionera određeno da će troškovi gosta ostati a otvorenom računu, nije moguće napraviti odjavu gosta kojem nije izvršena naplata i napravljen račun.

Razni modeli naplate

Sama naplata računa je jednostavna ali omogućit će vam naplatu svih kombinacija koje se mogu dogoditi. Moguće je kod same naplate dati dodatan popust (npr. gost se žalio na nešto), može se napraviti neoporezivi račun (za subjekte kojima imaju ugovor s vladom), napraviti račun u bilo kojoj valuti. A kad se radi o načinu plaćanja tu su: gotovina, kartica, ček, trans. račun, kupon.. Svi načini plaćanja mogu se kombinirati kako gost traži (nešto gotovine i kartica)



Slika 5. Primjer naplate i izrade računa

Transfer troškova

Često se događa situacija da gosti koji zajedno borave u hotelu imaju različite datume odlaska. U tim situacijama često se traži da se troškovi osobe koja odlazi prije stave na teret osobe koja odlazi kasnije i koja će podmiriti cijeli račun. Takve situacije se u programu rješavaju jako jednostavno.

Ažuriranje statusa sobe

Za domaćinstvo je važno da u svakom trenutku mogu vidjeti aktualni status sobe. Zbog toga program automatski ažurira status sobe kod odjave gostiju.

Grupni check-out

Već i izrada računa je koncipirana tako da jednostavno i omogućava pravljenje računa za cijelu grupu. A nakon izrade računa isto tako se može na jednostavan način odjaviti cijela grupa gostiju bez da je potrebno odjavljivati jednog po jednog gosta. To su sitnice ostavljaju puno vremena za ostale obveze.

Upravljanje rezervacijama

Upravljanje rezervacija je jedan od najvažnijih poslova u hotelu Art a iSustav pojednostavljuje taj posao i povećava efikasnost bez da se na to utroši puno vremena. Rezervacije se mogu pretraživati po raznim kriterijima. Tako se uvijek može pronaći rezervacija koja se traži čak i kad ne postoje sve potrebne informacije o rezervaciji. Za svaku je rezervaciju moguće ili ispisati ili direktno poslati na email potvrdu. Potvrda sadržava sve informacije o toj rezervaciji. U slučaju da je gost otkazao rezervaciju ili se nije pojavio, u programu se jednostavno otkáže rezervacija s (prema potrebi) izradom računa. Automatski se ažurira statusi soba i oslobađa smještaj koji je bio rezerviran tom rezervacijom. Svaka rezervacija može imati opciju za potvrdu. U većini slučajeva je potrebno za te rezervacije napraviti i ponudu gostu na kojoj može vidjeti financijske parametre i uplatiti avans ako je potrebno. Ponuda se može ispisati ili poslati direktno na email gostu.

Rooming liste

Jako je bitno da proces prijave gosta u hotel bude što brži. Ako se unaprijed posjeduje popis gostiju (ili od agencije ili s interneta) prijava gosta ide jako brže i gotova je kroz par sekundi.

Upravljanje avansima

Svaku uplatu avansa za smještaj evidentira se u program te se automatski izrađuje račun za avans (kojeg se može ispisati ili poslati direktno na email). A onda prilikom odlaska gostiju iz hotela program automatski signalizira goste koji imaju uplaćen avans. Avansne uplate mogu se zatvarati i djelomično (npr. ako agencija uplati unaprijed za više grupa gostiju).

iSustav za hotelijerstvo nema ograničenja u broju cjenika koje trebate definirati. Svaki cjenik se može prilagoditi potrebama jer se za svaki cjenik određuju pravila po kojima će se primjenjivati cijena smještaja za goste. Cjenici se mogu dodjeljivati agencijama i ugovorima. Time se izbjegavaju eventualne greške osoblja kod izrade rezervacija.

Fleksibilnost cjenika

Izradu cjenika karakterizira mogućnost da svaki cjenik ima različite opcije u odnosu na ostale. Tako da osim različitih cijena može se definirati i različite uvjete korištenja cijena. Od definiranja valute u kojoj su izrađene cijene do definiranja različitih popusta ovisno o smještaju, broju gostiju, usluzi ili starosti gosta

Sezonske/fiksne cijene

Ovisno o vrsti odnosno objekta hotel Art/Depadans , cijene se mogu definirati kao sezonske ili fiksne. Sezonske cijene automatski prepoznaju prelazak sezone kod izrade računa za gosa.

Popusti i dodaci

Prilikom smještaja gostiju u hotel, postoje razne situacije gdje je potrebno dati popust gostu ili pak mu nešto dodatno naplatiti. Definiranjem tih pravila u cjeniku uvijek se ispravno odrađuje prijavu gosa u hotel. Tu su razne vrste popusta (popust na 3 ležaj, popust na djecu, 5+1 gratis...) kao i dodataka (garaža, prijevoz do aerodroma...).

Troškovi smještaja

Prema definiranoj prijavi gosa program automatski praviti obračun troškova smještaja i pri tome uvažava sva pravila definirana cjenikom (razni popusti i dodaci, sezone...). I sve bez dodatnog angažmana recepcionera.

Dodatni troškovi

Nema ograničenja u izradi dodatnih troškova odnosno usluga koji se pružaju gostu. Kod definicije tih troškova unaprijed su određene fiksne cijene i da li se može dati popust. Ako je dozvoljeno, cijena usluge može varirati od situacije do situacije i upisuje se direktno kod svakog gosa

Stavljeno na račun sobe u restoranu

iSustav ima integriranu vezu s modulom ugostiteljstva a može se povezati i s nekim drugim sustavima koji omogućuju stavljanje troškova restorana/caffe bara na račun sobe.

Troškovi telefona

Modul za integraciju s telefonskom centralom omogućuje spajanje na različite vrste centrala (PBX, VOiP, Asterisk ...). Program prati svaki poziv iz sobe i nakon obračuna cijene poziva (ovisno o centrali, cijene sami određujete) automatski stavlja trošak na račun gosa.

Dijeljenje računa

Kod svake izrade računa može biti raznih situacija gdje će gost tražiti dijeljenje troškova na dva ili više računa. Naplata računa omogućava upis svih kombinacija plaćanja koje se mogu dogoditi. Načini plaćanja mogu biti: gotovina, kartica, ček, trans. račun, kupon... Svaki način plaćanja može se kombinirati na način kako gost zahtijeva (npr. dvije kartice i nešto

gotovine). Osim ispisa računa u domaćoj valuti, klikom miša može se odabrati i ispis računa u bilo kojoj valuti koja se nalazi na tečajnoj listi. Gost je puno zadovoljniji ako mu na računu piše i iznos u valuti koju on najbolje razumije. Svaki račun moguće je ispisati na jednom od pet stranih jezika. I sve to je na jedan klik miša prije samog ispisa računa. Jednostavno i brzo a time se podiže rejting u očima gosta. Program omogućava osoblju na recepciji da naplaćuju samo troškove koje trebaju platiti gosti a naknadno se rade fakture agencijama. Za svaku agenciju posebno se definiraju troškovi koje podmiruje agencija i posebno troškovi koje mora podmiriti gost. A isto tako, fakture za agencije mogu se napraviti odmah kod odlaska gostiju.

Blagajnički izvještaji

Dnevnici blagajne, žurnala, prometi gotovine, kartica, polog gotovine, sve su to izvještaji koji su od iznimne važnosti za osoblje recepcije za kontrolu naplate i novca. Izvještaji se mogu kombinirati ili za ispis po blagajničkom dnevniku ili po periodu.

Izvještaji smještaja

Planiranje kuhinje, planiranje bookinga, rezervacije i slične radnje puno je lakše napraviti s pravim informacijama. Postoji više različitih izvještaja koji u tome pomažu. Svako knjigovodstvo zahtjeva određene informacije o prodaji. Iznimno je važno da management hotela vidi te rezultate kroz razne parametre i još ih k tome mogu imati uspoređene s nekom od prethodnih godina.

Statistički izvještaji

Tu su razni statistički izvještaji kao i obrazac TU-11 kojeg možete direktno poslati na email DZS.

Knjige gostiju

Knjige domaćih i stranih gostiju se vode automatski. Ispis je moguć po raznim uvjetima a obrasci su usklađeni s zakonskom obvezom vođenja knjiga.

Domaćinstvo

Izvještaji koji će radu domaćinstva olakšati posao održavanja hotela. Mogu se dobiti za tekući ali i za bilo koji nadolazeći dan

Mini-bar

Veza s mini-barom je integrirana u sam program. Omogućuje jednostavno evidentiranje sve potrošnje mini-bara po sobama.

Telefon

Integracija s telefonskom centralom omogućuje spajanje na različite vrste centrala (PBX, VOiP, Asterisk ...). Program prati svaki poziv iz sobe i nakon obračuna cijene poziva (ovisno o centrali, cijene sami određujete) automatski stavlja trošak na račun gosta.

Pametne sobe

Integracijom sa sustavom pametnih soba hotel Art ima potpunu kontrolu nad izdavanjem kartica za sobe. Ne mora posebno odlaziti u drugi program da bi gostu izdali ili produžili karticu.

Tečajna na internetu

Jednostavno ažuriranje tečajne liste podacima s interneta. Bez zamornog prepisivanja tečajeva i bez greške.

eVisitor

Veza sa sustavom eVisitor koja će vam sve vaše goste prijaviti odnosno odjaviti u HTZ jednim klikom miša.

iSUSTAV se kroz sve te godine kontinuirano dorađivao novim funkcionalnostima, zakonskim promjenama te danas iSUSTAV ima apsolutno sve što vam treba za pokriti ne samo hotelijersko-ugostiteljsko poslovanje nego i kompletno poslovanje tvrtke s praćenjem svih zakonskih izvještaja, evidencija. Podrška je besprijekorna – uvijek dostupna i brza u pomoći, a razvoj je proaktivan – uvijek i prije vremena se prate novine i zakonske promjene.³⁰

Još jedan od informacijskih sustava koji se koristi u hotelu Art je eVisitor. eVisitor je informacijski sustav za prijavu i odjavu turista i informacijski sustav koji funkcionalno povezuje sve turističke zajednice u Republici Hrvatskoj, te je dostupan putem Interneta.

³⁰ <https://milениjhoteli.hr/>

eVisitor je jedinstveni online informacijski sustav koji povezuje sve turističke zajednice u Republici Hrvatskoj i omogućava dnevni uvid u stanje turističkog prometa, ažurnu bazu podataka o smještajnim objektima i pružateljima usluga smještaja, izvještavanje u statističke i marketinške svrhe u realnom vremenu te bolju kontrolu naplate boravišne pristojbe s ciljem ostvarivanja većih prihoda u sektoru turizma.³¹

Osnovne funkcije eVisitora su³²:

1. Prikupljanje podataka o pružateljima usluga smještaja i njihovim smještajnim objektima na području Republike Hrvatske.
2. Prijava i odjava turista od strane pružatelja usluga smještaja putem Interneta.
3. Obračun i kontrola naplate boravišne pristojbe na temelju izvršenih prijava i odjava turista i podataka o pojedinom smještajnom objektu.
4. Izvještavanje u statističke svrhe u realnom vremenu.
5. Marketing destinacija praćenje kretanja turista i analiza lokacija, po jednom ili više kriterija.
6. Međusobna suradnja tijela javne vlasti u izvršavanju zakonskih zadaća

eVisitor koristi oko 300 turističkih zajednica i 60 000 pružatelja usluga smještaja, Hrvatska turistička zajednica, predstavništva Hrvatske turističke zajednice, Ministarstvo turizma, Ministarstvo uprave, Ministarstvo unutarnjih poslova, Carinska uprava i inspekcija, Državni zavod za statistiku, te ostali sudionici.

³¹ <https://www.evisitor.hr/info/>

³² isto

Povijest realizacije eVisitora:

1. Planiranje (23.12.2013. do 23.07.2014.) – osnovano je povjerenstvo za izradu sustava E-visitor, posjetilo se više turističkih zajednica, te izradila natječajna dokumentacija na temelju iskustava i savjeta kako članova povjerenstva, tako i turističkih djelatnika.
2. Razvoj (od 09.09.2013.) – na temelju javnog natječaja i izrađene natječajne dokumentacije, te povratnih informacija svih korisnika sustava eVisitor izrađuje se moderan jedinstveni sustav za prijavu i odjavu turista eVisitor.
3. Pilot (16.04.2015. do 14.09.2015.) – odabrane su turističke zajednice Crikvenice, Dubrovnika, Zagreba, Malog Lošinja, Osijeka, Rovinja i Splita prema geografskom položaju, dugogodišnjem iskustvu, te zbog raznovrsnosti vrsta smještajnih objekata.
4. Produkcija (od 14.09.2015.) – počinje se s edukacijom turističkih zajednica koje prve započinju sa radom u sustavu. 20 Prijava u sustav: Prema informacijama dobivenim od strane TZ-a korisničko ime predstavlja OIB poduzeća, pa se prema tome nudi kao podatak za unos. Ukoliko se dobiveni podatak razlikuje od ponuđenog, moguće je prepraviti i unijeti novi podatak.

Sustav eVisitor se temelji na aktualnim i provjerenim web tehnologijama što osigurava stalnu ažurnost aplikacije kod svih korisnika neovisno o mjestu odakle pristupaju i računalu koje koriste.

Na tržištu postoji čitav niz različitih hotelskih informacijskih sustava čije se značajke ne razlikuju previše od sustava „Milenij“. Jedan od poznatijih i češće korištenih sustava u recepcijskom poslovanju hotela je sustav Diventa. Sustav je ocijenjen više nego zadovoljavajući, ali je prikladniji za veća poduzeća zbog kompliciranijeg načina izvođenja računa. Diventa je programski paket dizajniran za upravljanje smještajnim objektima kao što su hoteli, resorti, boutique hoteli, apartmanska naselja, kao i drugim vrstama objekata namijenjenih pružanju usluge organiziranog smještaja. Program organizira i kontrolira poslovne funkcije prodaje i rezervacija, marketinga, front i back officea, domaćinstva i niz drugih funkcija osiguravajući brzo i efikasno odvijanje operativnih funkcija. Diventa je integrirana s nizom eksternih sustava. Znatno utječe na podizanje kvalitete ukupne hotelske usluge praćenjem preferencija gostiju i informacijama o prethodnim boravcima. Posebna pozornost programa je posvećena brzom pružanju usluga prijave i odjave gostiju. Proces prijave je u potpunosti automatiziran korištenjem podataka koji su već upisani u bazu podataka u procesu rezerviranja smještaja, te integracijom skeniranja putnih isprava.

Integracijom s ostalim Diventa modulima, kontrolira i dopušta ili ne dopušta bezgotovinsko plaćanje, ovisno o trenutnom statusu računa gosta. Integracija Diventa modula računovodstvenim modulima, pomaže pri uštedi ljudskih i materijalnih resursa, tj. Pri izbjegavanju grešaka koje se javljaju u primjeni rješenja koja nisu integralna. Putem Divente hotel komunicira i elektronski razmjenjuje podatke o gostima na način kako to propisuju zakonski propisi Republike Hrvatske. Posebna pozornost se poklanja ostvarivanju uvida u podatke kao rezultat poslovnih aktivnosti korisnika. Sigurnost rada kroz ovaj program je osigurana putem sustava dozvola i nadzora koji štiti sustav od neautoriziranog pristupa uz istovremenu evidenciju svih aktivnosti u sustavu.³³

³³ <http://dnevnik.hr/vijesti/hrvatska/sustav-evisitor-djeluje-dosad-uhvaceno-40-ilegalnih-iznajmljivaca---443660.html> 16
<http://www.itidiventa.com/?file=rjesenja-prema-bransi/hotelijerstvo/hoteli>

5. ZAKLJUČAK

Budući da je turizam jedan od glavnih sektora / industrija u današnjem svijetu, mnoge se zemlje natječu za privlačenje turista putem svih komunikacijskih sredstava, a takva je komunikacija postala glavni pokretač turističkih sektora širom svijeta. Uloga komunikacije je informiranje potencijalnih turista i utjecati na njihove izbore u odnosu na turističke destinacije i vrstu turističkih proizvoda koje kupuju.

Kako bi privukli potencijalne turiste potrebne su dobro oblikovane komunikacijske strategije, a budući da živimo u digitaliziranom svijetu, potrebno je da se turistička industrija oslanja na ICT (informacijsku i komunikacijsku tehnologiju), a posebno internet kao alate međunarodne komunikacija.

Razvoj informacijske i komunikacijske tehnologije (ICT) uvelike su promijenile suvremeno poslovno okruženje. To je dovelo do novog informacijskog gospodarstva koje je u prirodi digitalno. ICT je široka terminologija koja se odnosi na višestruku tehnološku komunikaciju koja se kreće od jednostavnih prema složenim, npr. aplikacije mobitela (SMS), digitalne kamere, internet, bežični (WiFi i WiMAN), VOIP, GPS, GIS, konvergencija (podaci, glas, mediji), digitalni radio, te ostale tehnologije stvarajući novo što konkurentnije globalno tržište. S e-trgovinom i poslovanjem tržište ima više mogućnosti i mogućnosti nego ikad prije.

U hotelu najveću važnost ima računalo preko kojeg se stvaraju računi, prate rezervacije, prijava i odjava gostiju, evidentiranje troškova gostiju, dijeljenje informacija unutar i van hotela i tako dalje. Koristeći IT, gostima se pruža mogućnost da ostanu u udobnosti svojih domova i na taj način komuniciraju s osobljem hotela, odnosno recepcijom i stvaraju i potvrđuju rezervaciju.

Milenij je hotelski informacijski sustav koji se koristi u hotelu Art. Svojim bogatim mogućnostima olakšava dnevne zadatke i ostavlja više vremena osoblju da se posvete gostima. Dizajniran uz pomoć stručnih osoba iz hotelijerstva te je u mogućnosti izvršiti sve zadane zadatke. Vrijeme je iznimno važno i dobar informacijski sustav ne samo da štedi vrijeme nego pomaže u boljem izvršavanju svakodnevnih poslova. Mogućnosti koje pruža ovaj informacijski sustav nebrojene su tako da se u radu spominju samo one od važnijih.

6. SAŽETAK

Turizam je fenomen koji utječe i na kojeg utječu širok spektar stvari. S obzirom na sve veći utjecaj kojeg tehnologija ima u privatnim i poslovnim životima ljudi, važno je istražiti na koje sve načine one utječu na turizam. Kako bi privukli potencijalne turiste potrebne su dobro oblikovane komunikacijske strategije, a budući da živimo u digitaliziranom svijetu, i turistička industrija bi se trebala osloniti na informacijsku i komunikacijsku tehnologiju, posebno internet kao alat međunarodne komunikacije.

Trenutne primjene računalne tehnologije u turizmu i ugostiteljstvu mogu se grupirati u tri glavna područja, operativne, gostujuće usluge i informacije o upravljanju. Difuzija sustava informacijskih tehnologija u turizmu i ugostiteljstvu povećat će učinkovitost, kvalitetu i fleksibilnost kojom se pružaju turističke usluge.

Sa sofisticiranim središnjim rezervacijskim sustavom hotela pružaju se različite prilike i prednosti poput: povećanje rezervacija, maksimiziranje prodaje, implementacija i prinos upravljanja, poboljšanje tržišne sposobnosti i poboljšanje usluge pretraživanja. Uz brojne pozitivne učinke ICT-a u poslovanju, teško je zamisliti suvremeno poslovanje bez usvajanje ICT-a. ICT prožima svaki aspekt poslovanja dvadeset prvog stoljeća. U hotelu najveću važnost ima računalo preko kojeg se stvaraju računi, prate rezervacije, prijava i odjava gostiju, evidentiranje troškova gostiju, dijeljenje informacija unutar i van hotela i tako dalje.

7. SUMMARY

Tourism is a phenomenon that affects and is effected by a wide range of things. Given the increasing impact of technology on peoples' private and business life, it is important to explore ways in which it affect tourism. In order to attract potential tourists, a well-designed communication strategy is needed, and since we live in a digitized world, it is necessary for the tourism industry to rely on information and communication technology, especially the Internet as an instrument of international communication.

Current applications of computer technology in tourism and hospitality can be grouped into three main areas, operational, guest services and management information. Diffusion of information technology systems in tourism and hospitality will increase the efficiency, quality and flexibility of tourism services.

Sophisticated central reservation system offers a hotel different opportunities and benefits such as increasing reservations, maximizing sales, deploying and managing revenue, improving marketability, and improving search services. Along with the many positive effects of ICT in business, it is difficult to imagine a modern business without adopting ICT. ICT pervades every aspect of the twenty-first century business. In the hotel, the most important thing is a computer through which accounts are created, accompanying reservations, registration and departure of guests, recording of guest expenses, sharing information inside and outside the hotel and so on.

9. LITERATURA

Knjige:

1. Galičić, Vlado, Hotelska prodaja i recepcijsko poslovanje, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija, 2013
2. Krajina Z. i Perišin T.: Digitalne vijesti: mediji, tehnologija i društvo, Društvena istraživanja, Vol.18, No.6 (104), 2009.
3. Mučalo M. i Šop S.: Nova publika novih medija, INFORMATOLOGIJA, Vol.41, No.1, 2008.
4. Manuel Castells «Internet Galaksija – razmišljanja o Internetu, poslovanju i društvu», Naklada Jesenski i Turk, Zagreb, 2003.
5. Valković J.: Duc in altum! Evangelizacija u „digitalno doba“, Diacovensia, Vol.20, No.2, 2012.

Internet izvori:

1. <http://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=27405>
2. http://www.adu.unizg.hr/prilozi/dokumenti/knjiznica/Digitalna_montaza_i_postprodukcija.pdf
3. http://www.adu.unizg.hr/prilozi/dokumenti/knjiznica/Digitalna_montaza_i_postprodukcija.pdf,
4. <http://itzasve.blogger.index.hr/post/digitalno-doba/1655529.aspx>
5. http://www.adu.unizg.hr/prilozi/dokumenti/knjiznica/Digitalna_montaza_i_postprodukcija.pdf
6. http://www.adu.unizg.hr/prilozi/dokumenti/knjiznica/Digitalna_montaza_i_postprodukcija.pdf
7. <http://smartstart360.eu/it-ict-usluge/>
8. <http://hrcak.srce.hr/file/36830>
9. <http://hrcak.srce.hr/file/36830>
10. hrcak.srce.hr/file/160854
11. <https://hrcak.srce.hr/file/156306>

12. <http://www.ivoryresearch.com/samples/tourism-essay-example-it-and-internet-impact-on-tourism-and-hospitality-industry-implementation-of-technologies-for-hilton-hotels-group/>
 13. <http://www.infotrend.hr/clanak/2009/4/tehnologija-nasvim-razinama-,29,688.html>
 14. <https://milenijhoteli.hr/>
 15. <http://dnevnik.hr/vijesti/hrvatska/sustav-evisitor-djeluje-dosad-uhvaceno-40-ilegalnih-iznajmljivaca---443660.html> 16
- <https://www.evisitor.hr/info/>